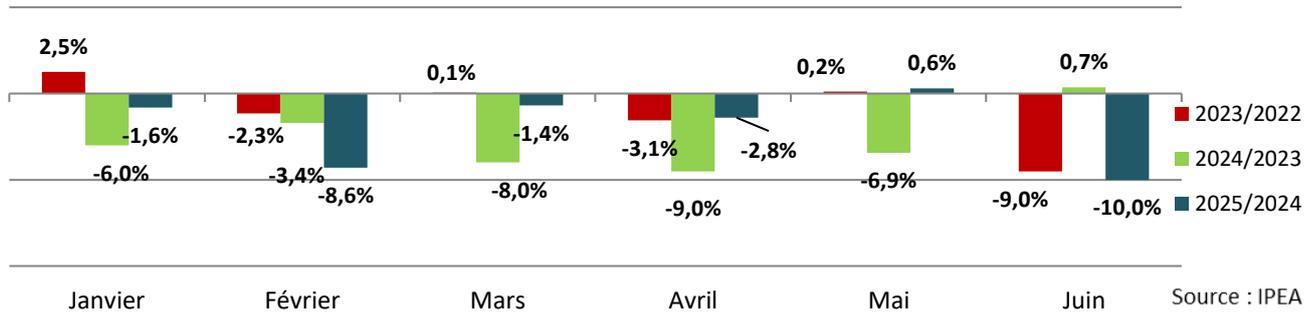


### Le mois de juin en bref...

Evolution du marché juin 2025/juin 2024	<b>-10,0 %</b>
Evolution du cumul à fin juin 2025/2024	<b>-3,9%</b>
Incidence du résultat de juin sur le cumul	<b>-1,2 pt</b>
Evolution du cumul marché hors cuisine et literie	<b>-5,7%</b>

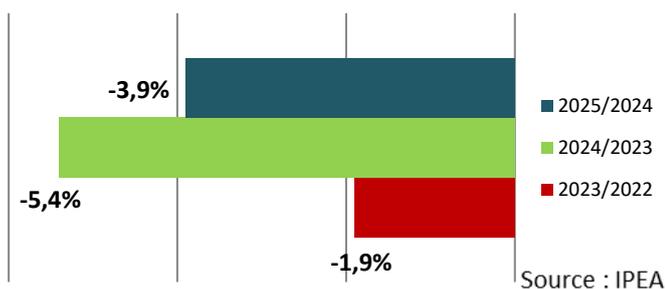
### Le marché recule fortement en juin

#### Evolution marché du meuble domestique m / m – 12



**Résultats en fort recul en juin avec une contre-performance de -10,0% sur le mois.** Un repli était attendu car le mois de juin aura dû composer avec un samedi en moins par rapport à l'exercice précédent, toutefois l'ampleur de ce recul d'activité pose question. En juin 2023, l'activité sur le marché avait reculé de 9,0%, soit moins qu'en 2025 alors que le premier week-end des soldes était passé de juin à juillet au cours de cet exercice. Ce recul d'activité n'est donc pas seulement dû à un samedi en moins mais à des ventes de mobilier qui continuent à reculer en dehors de tout effet calendaire ainsi qu'à un début des soldes sans doute largement en deçà des attentes. Pour faire le bilan définitif des soldes attendons toutefois les résultats de juillet pour voir les performances du marché sur le cumul des deux mois. En juin, la chute est généralisée et tous les segments du meuble enregistrent un recul à deux chiffres à l'exception de la cuisine. Peu d'acteurs parviennent à se démarquer à l'exception encore une fois des spécialistes cuisine qui sont les seuls à voir leurs ventes progresser faiblement sur le mois.

#### Evolution valeur en cumul 6 mois



L'impact du mauvais résultat du mois de juin est majeur sur **le cumul marché qui recule à -3,9%** sur le semestre. C'est le troisième exercice consécutif où le premier semestre s'affiche en repli pour un recul cumulé de 10,9% entre le premier semestre 2022 et le premier semestre 2025. Sur le marché du meuble, la tendance du premier semestre est souvent révélatrice du résultat annuel du marché. Ce dernier avait terminé à -2,5% en 2023 après un premier semestre à -1,9% et à -5,1% en 2024 après six premiers mois à -5,4%. Difficile d'être optimiste pour la fin de l'exercice dans ces conditions.

## Les principaux enseignements du marché du meuble au premier semestre

Profitons de cette note de conjoncture pour faire un premier bilan semestriel du marché du meuble et mettre en évidence les tendances qui se dégagent sur la première partie de l'année :

- ✓ **La cuisine sort du lot.** Sur les six premiers mois de l'année, la cuisine est le seul segment du marché du meuble qui parvient presque à maintenir son activité avec toutefois des fortunes diverses entre la grande distribution en recul et les spécialistes en croissance mais sur des référentiels 2023 et 2024 en fort recul.
- ✓ **La literie rentre dans le rang.** Si la literie était parvenue à se démarquer en 2023 et 2024 en résistant mieux que les autres segments du marché, sans toutefois réussir à maintenir sa croissance sur le dernier exercice, elle ne parvient pas à sortir du lot cette année et chute à un rythme proche de celui du marché.
- ✓ **Priorité aux spécialistes.** Les circuits qui parviennent à se démarquer sur le premier semestre sont les spécialistes literie et les spécialistes cuisine, seuls canaux en croissance sur le premier semestre. Si les premiers continuent de renforcer leur maillage du territoire et n'hésitent pas à jouer la carte de la promotion, les seconds ont aussi passé la vitesse supérieure en termes de communication et d'offres commerciales afin de ramener les consommateurs en magasin.
- ✓ **La grande distribution à la peine.** Que ce soit pour la grande distribution ameublement ou pour les grandes surfaces de bricolage, le premier semestre aura été synonyme de recul marqué de l'activité. Le premier circuit doit composer avec les changements de stratégie de certains acteurs, encore en phase de transition, alors que le second doit composer avec la chute des projets de rénovation des ménages, le recul des déménagements ces derniers mois n'aidant pas à relancer la fréquentation. Si ces dernières années la grande distribution ameublement nous avait habitué à mieux résister que les autres acteurs du marché, elle rentre dans le rang cette fois-ci. Seuls les discounters sur de petits meubles à bas prix parviennent un tant soit peu à résister.
- ✓ **Le meublant en grande difficulté.** Si la majorité des segments du meuble enregistrent des performances moins en retrait sur le premier semestre 2025 que sur les six premiers mois 2024, ce n'est pas le cas du meuble meublant qui affiche un recul de ses ventes supérieur à celui du premier semestre 2024 au cours duquel il affichait déjà un recul légèrement au-dessus de 5%. Difficile d'imaginer une reprise sur le marché du meuble sans que le meublant retrouve une meilleure dynamique alors qu'il demeure le premier segment du secteur en valeur. Il est également le 1<sup>er</sup> rayon des enseignes de la grande distribution ameublement, ce qui peut expliquer les difficultés du circuit. Après une croissance de 3,9% en valeur en 2022, due en grande partie à l'inflation, il aura réussi à maintenir tout juste ses ventes en 2023 avant de les voir reculer de 5,3% en 2024 et la chute continue de s'accélérer sur le premier semestre.

## Des intentions d'achat en recul

Après un premier semestre plus que difficile pour de nombreux acteurs du meuble, la reprise se fait encore attendre. Seuls les spécialistes cuisine semblent sur ce début d'exercice parvenir à sortir de l'ornière alors que l'immobilier commence à présenter des signaux positifs, même si ces derniers demeurent encore faibles. Le deuxième semestre sera-t-il plus favorable au marché du meuble ? Rien n'est moins sûr si l'on en croit les résultats **du baromètre trimestriel réalisé par l'Obsoco pour l'Ipea** en juin 2025 et qui semblent annoncer un second semestre encore tendu en termes d'activité.

**10%**, c'est la part des personnes interrogées dans le cadre de ce baromètre qui déclarent qu'elles achèteront du mobilier pour leur logement au cours du troisième trimestre, proportions identiques au premier et au deuxième trimestre. C'est un point de moins que lors du baromètre réalisé l'année dernière à la même époque, soit 11% de consommateurs potentiels en moins. C'est l'équipement de la maison dans son ensemble qui semble concerné par cette baisse. 15% des ménages prévoient des travaux d'aménagement de leur logement (-1 pt vs juin 2024), 10% aimeraient acheter des objets de décoration (-1 pt), 8% des articles pour le jardin (-3 pts), 6% de l'électroménager (-1 pt) ... On notera des résultats un peu plus positifs pour les produits bruns avec 4% d'intentions d'achats pour un téléviseur ou un home cinéma (+1 pt) ou 6% pour du matériel informatique (+1 pt). Les intentions d'achat pour la maison s'annoncent donc plutôt à la baisse pour les mois à venir et dans la lignée des premiers mois de l'année ce qui devrait encore peser sur l'activité du marché du meuble sur le troisième trimestre.

**12%** des futurs consommateurs de mobilier achèteront un produit d'occasion au troisième trimestre, alors que 14% se déclarent encore indécis, ce qui reflète bien la part de marché croissante prise par les produits de seconde main. Loin d'un effet de mode, ce recours au marché de l'occasion se maintient dans le temps. Ils étaient ainsi 12% à déclarer souhaiter avoir recours à ce marché parallèle au troisième trimestre 2024 contre 15% d'indécis. En 2023, ils étaient 11% pour 21% d'indécis. Le marché de la seconde main devient un concurrent à part entière des acteurs du marché du mobilier neuf. C'est bien entendu sur le meublant que ces intentions d'achats d'occasion sont les plus fortes avec 18% sur les meubles d'appoint et 19% sur le meublant de rangement.

En ce qui concerne la décoration, 11% déclarent qu'ils auront recours au marché de l'occasion alors que 19% n'ont pas encore décidé si leur achat serait neuf ou d'occasion. Concernant les articles de jardin, les intentions d'achats d'occasion sont à 5% alors que 24% n'ont pas encore pris de décision.

**14%**, c'est la part des ménages de 25-34 ans qui déclarent vouloir acheter du meuble au cours des trois prochains mois. Les consommateurs qui se rendent en ce moment dans les points de vente sont avant tout des ménages en phase d'équipement. Ils ne sont plus que 8% en ce qui concerne les 55-75 ans. Si la notion d'équipement est souvent synonyme de grande distribution ameublement, les résultats des derniers mois montrent que ce n'est pas forcément le cas dans les faits, le circuit reculant aussi rapidement voire parfois même plus rapidement que les autres. On notera ainsi dans les résultats du baromètre que les futurs acheteurs sont plutôt des ménages à haut revenu, ce qui joue plutôt en faveur de spécialistes qui résistent mieux depuis le début de l'exercice.

**50%**, c'est la part des futurs acheteurs qui se rendront en magasin pour effectuer leurs achats de mobilier. Le magasin reste le canal d'achat privilégié des consommateurs et reprend des couleurs après la recrudescence d'achats en ligne suite au covid. On notera ainsi qu'au cours des enquêtes menées en juin 2023 et 2024, ce sont 41% des futurs acheteurs qui déclaraient qu'ils se rendraient en magasin et 42% lors de l'enquête du deuxième trimestre 2025. 24% des consommateurs se rendront sur internet pour effectuer leurs achats mais 26% d'entre eux se montrent encore indécis. Dans tous les marchés suivis dans ce baromètre, c'est le mobilier qui fera le plus souvent l'objet d'achats en magasin juste derrière les vêtements et chaussures à 52% et les parfums et cosmétiques à 53%. Voir et toucher le produit demeure important pour certains consommateurs.

**17%** des ménages interrogés dans le cadre du baromètre déclarent avoir envie ou besoin d'acheter des produits d'ameublement. Là aussi, c'est un point de moins que lors de l'enquête réalisée en juin 2024. C'est moins que l'envie de faire des travaux, 24% mais en recul de deux points par rapport à 2024. C'est par contre plus que l'envie d'acheter des produits de jardin, 16% en recul d'un point aussi, ou de la décoration à 15% et toujours en recul d'un point.

**22%**, c'est la part des ménages qui déclarent se restreindre quant à leurs dépenses d'ameublement pour leur logement alors qu'ils étaient 31% en 2024 lors de l'enquête menée à la même période. Cette chute de neuf points n'est pas liée à une hausse de la consommation dans les points de vente de la part de ménages qui auraient décidé de dépenser, les résultats du marché ne vont effectivement pas dans ce sens. On peut plutôt penser que cette baisse est liée à des ménages qui ont purement et simplement abandonnés leurs projets de réaménagement de leur logement et d'achat de mobilier et qui ne sont donc plus concernés par le sujet. A moins qu'ils aient surmonté leurs restrictions en faisant appel au marché de la seconde main.

**79%**, c'est la part des répondants qui se déclarent pessimistes en ce qui concerne les prochains mois. Si c'est un peu mieux que lors de l'enquête du deuxième trimestre 2025 où ils étaient 83%, le moral des ménages reste quand même à des niveaux très bas. Ils sont mêmes 46% à se montrer très pessimistes, c'est deux points de moins par rapport à l'enquête du deuxième trimestre mais c'est cinq points de plus par rapport à celle du troisième trimestre de l'année précédente. Dans ces conditions, ce sont 68% des ménages qui déclarent que leur envie de consommer demeure faible ou mesurée, c'est là encore quatre points de moins que lors de l'enquête de l'année précédente. L'épargne semble avoir encore de beaux jours devant elle.

Les résultats du baromètre trimestriel sont peu encourageants en ce qui concerne l'activité future sur notre marché. Les intentions d'achat apparaissent en baisse et les ménages continuent de restreindre fortement leurs dépenses en ce qui concerne le marché de la maison qui continue à servir de variable d'ajustement dans leurs arbitrages. Dans ces conditions, il est peu probable que les ventes de meubles repartent fortement dans les mois qui viennent, d'autant plus que les efforts et la communication sur la baisse de prix avaient commencé l'été dernier....

\*Enquête réalisée en ligne du 16 au 27 juin 2025 auprès d'un échantillon de 2 000 personnes représentatif de la population de France métropolitaine selon des quotas d'âge, sexe, catégorie socioprofessionnelle, région, taille de l'agglomération de résidence et niveau de diplôme.

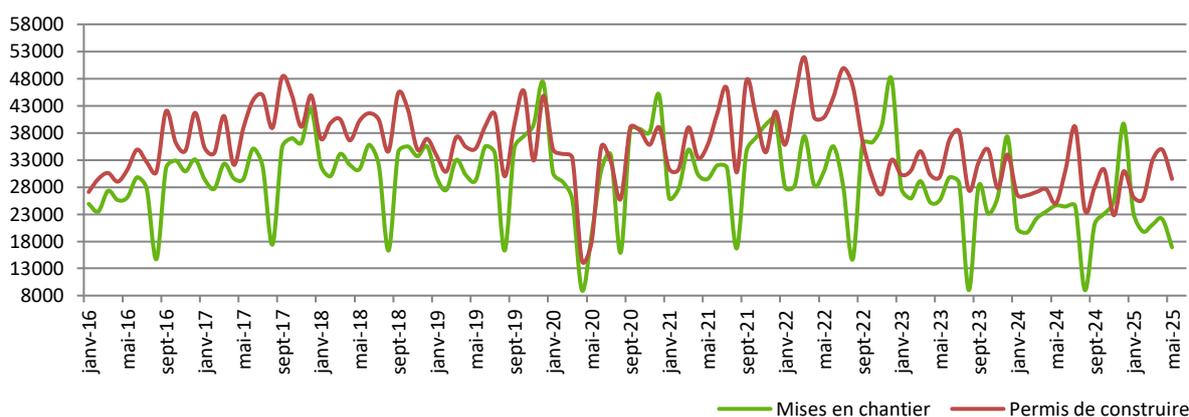
## Un contexte macro-économique peu propice aux dépenses

Malgré quelques signaux positifs, comme le marché de l'immobilier qui se stabilise (avant de redémarrer ?) ou une inflation modérée, le moral des ménages reste en berne et le contexte n'est toujours pas propice à la consommation mais plutôt à l'épargne.

**Vers la fin de la chute de l'immobilier ?**

Après des mois et des mois de chutes sévères, les chiffres de l'immobilier neuf diffusés par le ministère de l'aménagement du territoire montrent de premiers résultats positifs concernant les mises en chantier et les permis de construire délivrés. Ainsi sur le trimestre d'avril à juin 2025, les mises en chantier de logements neufs progressent de 1,0% et sur douze mois, de juillet 2024 à juin 2025, de 2,9%. Toutefois, le chemin sera encore long pour atteindre les 400 000 unités mises en chantier en rythme annuel comme au milieu des années 2010 puisque ces dernières demeurent toujours largement sous les 300 000 unités sur un an (286 600). Sur un an le nombre de permis de construire délivrés progresse également de 1,1%, il est en hausse de 24,4% sur le deuxième trimestre 2025.

En ce qui concerne l'immobilier ancien, le nombre de transactions atteignait 892 000 unités en rythme annuel à fin avril 2025, en progression de 2,5% sur un an. Le volume de transactions annuelles renoue avec la croissance en mars et avril pour la première fois depuis le mois de juin 2022. La chute semble être stabilisée et un début de reprise s'amorce soutenu par huit baisses consécutives des taux directeurs de la Banque Centrale Européenne. Ces dernières commencent à se diffuser sur le marché de l'immobilier avec une hausse de la production de crédits à l'habitat à 12,6 milliards d'euros en avril après 12 milliards en mars et 10,8 milliards en février. Si les chiffres pour le mois de mai, dernière marque disponible, font état d'un recul par rapport à avril avec une production de 11,5 milliards, la tendance reste toutefois haussière sur ce début d'année après le point bas de 6,9 milliards du mois de février 2024. Cette reprise reste toutefois fragile dans un contexte économique et géopolitique incertain.

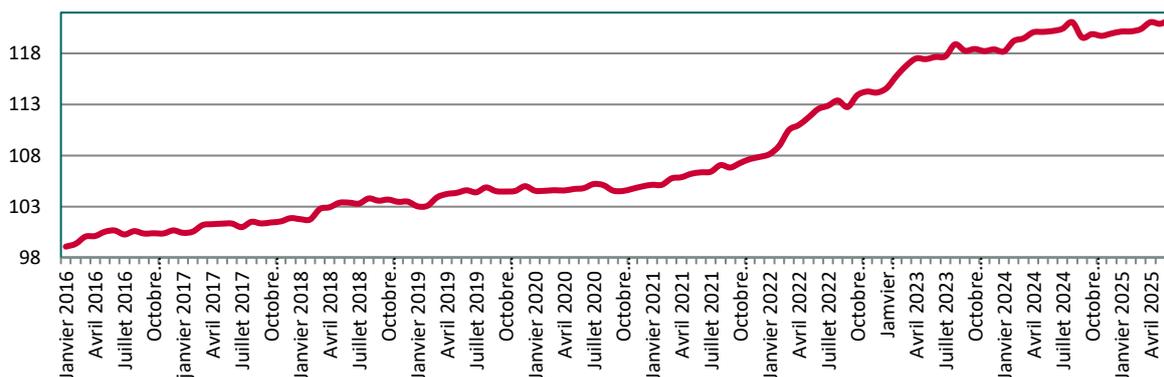
**Logements ordinaires mis en chantier et permis de construire**

Source : SDES, Sit@del2

### Une inflation modérée

Sur un an à fin juin, les prix auront progressé de 1,0% et de 0,4% sur le dernier mois, soit une inflation modérée sur l'année écoulée. Sur les biens de première nécessité comme l'alimentaire, les prix augmentent toutefois un peu plus rapidement et progressent de 1,4% sur les douze derniers mois. Les prix des produits manufacturés sont pour leur part en recul à -0,2% et la hausse des prix globale est surtout à mettre au crédit des services qui progressent de 2,4% sur la période. Selon l'Insee, sur un an, même si certaines enseignes communiquent sur des baisses de leurs tarifs, les prix du mobilier d'intérieur auraient progressé de 0,5% tout comme ceux du mobilier d'extérieur.

#### Indice des prix à la consommation (base 100 en 2015)



Source : SDES, Sit@del2

### Le chômage toujours au plus bas

Le taux de chômage au sens du BIT\* reste globalement stable sur moyenne période. Il progresse de 0,1 point au premier trimestre 2025 par rapport au trimestre précédent et revient à son niveau du troisième trimestre 2024 à 7,2%. Il demeure toutefois 0,1 point en dessous de son niveau du premier trimestre 2024 (7,3%). Le halo autour du chômage qui comptabilise les personnes qui cherchent un emploi mais sans être considérées comme chômeur se replie également par rapport au trimestre précédent, d'un peu plus de 100 000 unités et ne concerne plus maintenant qu'un peu moins de 1,9 million de personnes. La mise en œuvre de la loi sur le plein emploi au début de l'année 2025 n'a pour le moment que peu d'effet sur le taux de chômage du premier trimestre. Sur un an, au niveau national, le taux de chômage progresse chez les ménages les plus jeunes (+1,1 pt chez les 15-24 ans) mais recule de respectivement 0,1 pt et 0,3 pt chez les 25-49 ans et les 50 ans et plus.

\*Un chômeur au sens du BIT est une personne de 15 ans ou plus qui répond à 3 conditions : être sans emploi durant une semaine donnée, être disponible dans les deux semaines, avoir cherché un emploi durant les quatre dernières semaines ou en avoir trouvé un qui commence dans moins de trois mois.

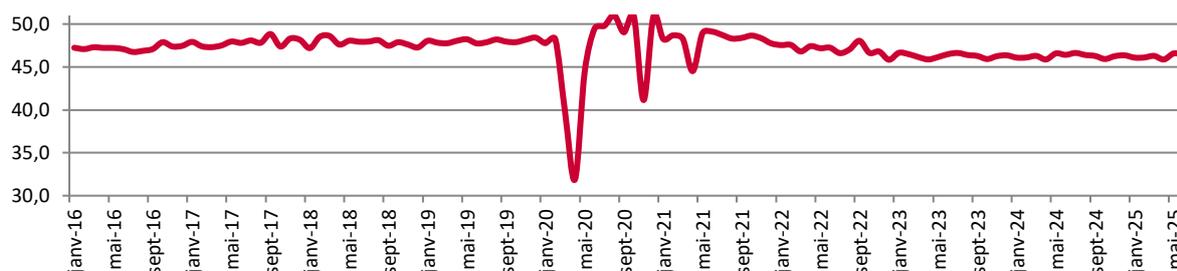
#### Taux de chômage en France métropolitaine



Source : Insee

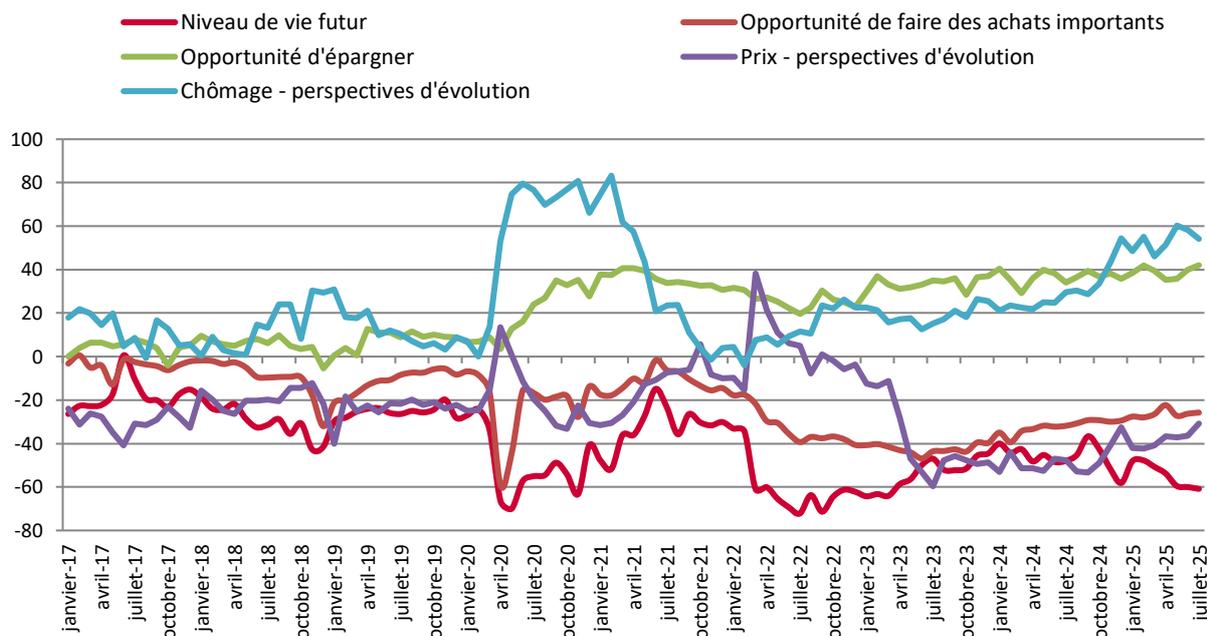
**Stagnation de la consommation des ménages**

La consommation des ménages peine à se maintenir sur le cumul des six premiers mois de l'année et recule de 0,2% sur la période. La baisse est plus marquée en ce qui concerne les biens alimentaires qui reculent de 0,4%, soit un niveau équivalent aux biens manufacturés en recul de 0,5% également. Selon l'Insee, au sein de ces produits manufacturés, seul l'équipement de la maison serait en progression de 1,2% sur le cumul des six premiers mois de l'année, ce qui semble en contradiction avec les chiffres IPEA et de la Banque de France sur les marchés de la maison.

**Consommation des ménages en biens\***

Source : Insee

\*En milliards d'euros aux prix de l'année précédente chaînés

**Le moral des ménages toujours en berne****Opinion des ménages**

Source : Insee

Le moral des ménages reste bas sur ce début d'exercice 2025 et tendancielle en baisse même si l'indicateur synthétique de confiance des ménages remonte d'un point au mois de juillet. Depuis janvier, il aura perdu trois points et reste onze points en dessous de sa moyenne de longue période.

Les ménages français sont particulièrement inquiets en ce qui concerne leur niveau de vie futur, peu aidés par un contexte économique et politique instable tant au niveau national qu'international. L'indicateur d'opinion des ménages sur ce point perd treize points depuis le début de l'année et demeure trente-trois points sous sa moyenne de longue période.

Les craintes quant à l'avenir sont fortes et poussent les Français à rester prudents en ce qui concerne leurs dépenses. On notera ainsi que l'indicateur d'opinion quant à une éventuelle hausse du chômage reste en juillet cinq points au-dessus de sa marque de janvier et vingt et un points au-dessus de sa moyenne de longue période, même s'il perd six points sur les deux derniers mois.

L'indicateur d'opinion des ménages quant à une évolution future des prix reste au niveau de sa moyenne de longue période mais demeure en hausse depuis le début de l'année et gagne onze points depuis janvier.

La tendance reste plutôt à l'épargne avec un indicateur d'opinion sur ce point qui progresse de sept points sur les trois derniers mois et qui demeure vingt-trois points au-dessus de sa moyenne de longue période à la fin juillet. A contrario, l'indicateur d'opinion quant à l'opportunité d'effectuer des achats importants demeure en juillet dix point sous sa moyenne de longue période et tendanciellement en baisse sur les quatre derniers mois.

### **Quelles perspectives pour la fin 2025 ?**

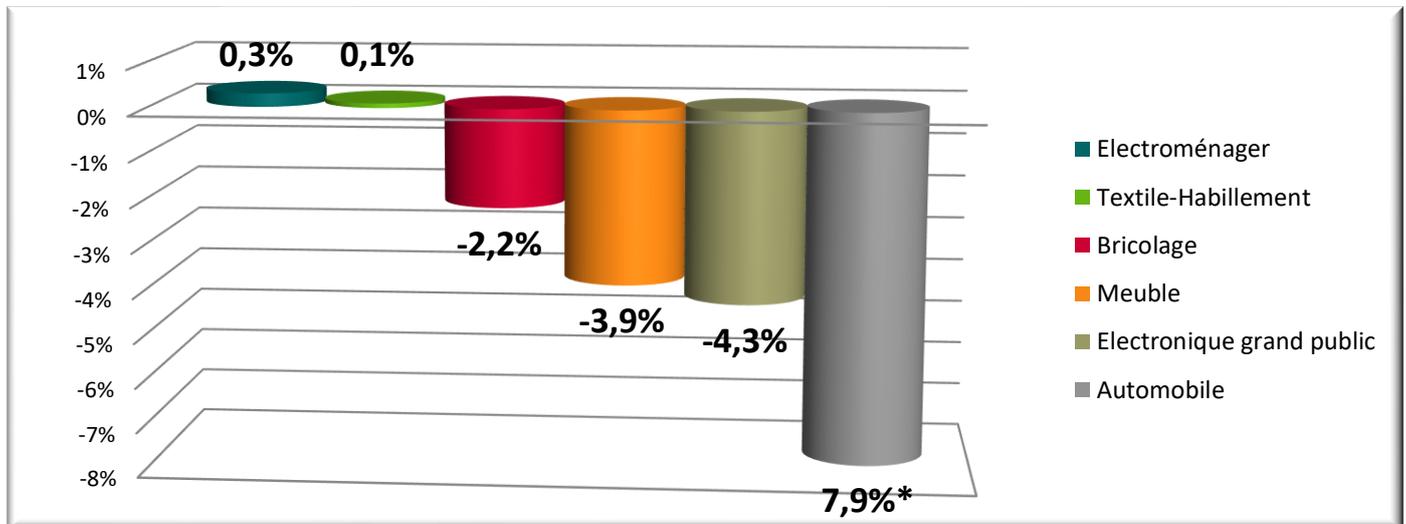
Les données de l'Insee le montrent, le moral des ménages reste en berne sur le début d'année et la consommation tarde à redémarrer. Les crises économiques des dernières années liées au Covid et à l'inflation poussent les ménages à rester globalement attentistes et à privilégier encore l'épargne à la consommation. Sur le premier trimestre de l'année 2025, le taux d'épargne des ménages atteint 18,8%, c'est 0,6 point de plus par rapport à l'exercice 2024, qui était déjà pour sa part 3 points au-dessus de sa moyenne historique selon le Ministère de l'économie et des finances. Il faut remonter au covid et à la fermeture des points de vente pour trouver des taux plus élevés avec 20,4% en 2020 et 19,1% en 2021. La volonté du ministère de baisser les taux des placement préférés des Français à partir du 1<sup>er</sup> août avec le taux du Livret A qui passera de 2,4% à 1,7% et celui du livret d'épargne populaire qui tombera pour sa part à 2,7% contre 3,5% sera-t-il à même de détourner les Français de l'épargne dans les prochaines semaines pour réinjecter ces montants dans la consommation, rien n'est moins sûr ?

Les intentions d'achat de mobilier et de travaux pour la maison continuent de baisser pour les mois à venir et la tendance au second semestre pourrait-être identique à celle du premier pour le marché du meuble à moins que le marché de l'immobilier commence à se redresser plus franchement, ce qui pourrait tirer les ventes vers le haut. Sur le premier semestre, les spécialistes literie mais surtout cuisine ont toutefois montré que le consommateur était prêt à revenir dans les points de vente et était réceptif aux offres qui pouvaient lui être faite. L'intérêt pour la maison est toujours présent, reste toutefois à trouver le bon message pour l'amener à passer à l'acte et à faire que ses arbitrages se fassent en faveur plutôt qu'au détriment du logement.

## L'équipement de la maison continue son repli

### Le meuble comparé aux autres biens d'équipement

(1<sup>er</sup> semestre 2025/1<sup>er</sup> semestre 2024)



Sources : IPEA, Banque de France, CCFA, IFM

\*Evolution des immatriculations de véhicules neufs pour particuliers, source CCFA

Le marché de l'équipement de la maison est encore en difficulté sur les six premiers mois de l'exercice 2025, à l'exception de l'électroménager qui parvient à maintenir ses ventes.

Selon la Banque de France, les performances de l'électroménager se maintiennent sur les six premiers mois de l'année. Si la reprise des ventes de cuisine aurait dû dynamiser les ventes d'électroménager, surtout encastré, cela ne semble pas être le cas sur ce début d'exercice. De nombreux ménages font le choix de composer avec les appareils déjà en leur possession lorsqu'ils achètent leur cuisine. Les résultats étals du secteur seraient plutôt à mettre sur le compte du petit électroménager plus dynamique que le gros électroménager au premier semestre.

Le reste de l'équipement de la maison est pour sa part en recul sur le début de l'année. Le marché du bricolage enregistre un recul de ses ventes d'un peu plus de 2% sur le semestre. La baisse des transactions dans l'immobilier ancien en 2024 ne joue pas en faveur du secteur et pèse sur les projets de travaux des ménages. La fin de la chute et la reprise attendue dans l'ancien devraient permettre au secteur de retrouver un peu de dynamisme dans les mois qui viennent.

L'électronique grand public enregistre pour sa part un score comparable à celui du meuble même si légèrement inférieur. Avec des ménages qui se sont massivement équipés en matériel bureautique dans le cadre du développement du télétravail depuis le début des années 2020 et sans événement sportif majeur qui pourrait amener les ménages à changer leur écran, il y a peu d'espoir que le secteur voit son activité se redresser d'ici la fin de l'année.

Si l'activité recule sur les marchés de la maison, cela ne profite pas à l'automobile qui voit les immatriculations de véhicules pour particuliers reculer encore fortement sur le premier semestre 2025 (-7,9%), ce qui efface largement la progression du premier semestre 2024 (+2,8%).

En ce qui concerne le textile-habillement, les ventes se maintiennent mais la multiplication des produits « fast-fashion » ne permet pas au secteur de recréer de la valeur, même si elle amène les consommateurs à renouveler plus régulièrement leur garde-robe.

## La production française de meubles en difficulté

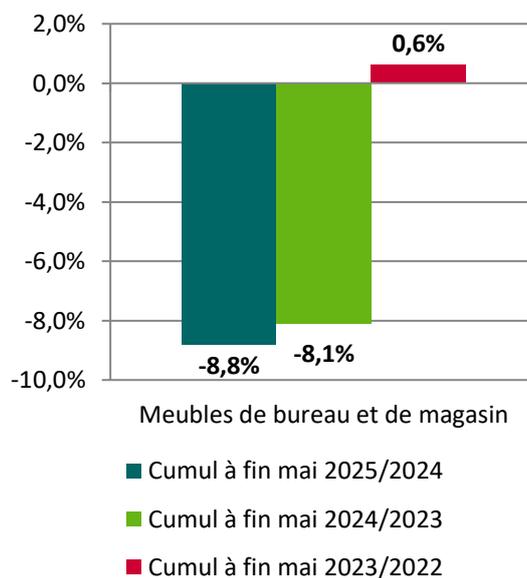
Avec une consommation de mobilier toujours en recul sur le premier semestre de l'année, il était difficile d'espérer une reprise de la production. Cette dernière continue donc de voir son activité reculer.

### Les meubles de bureau et de magasin

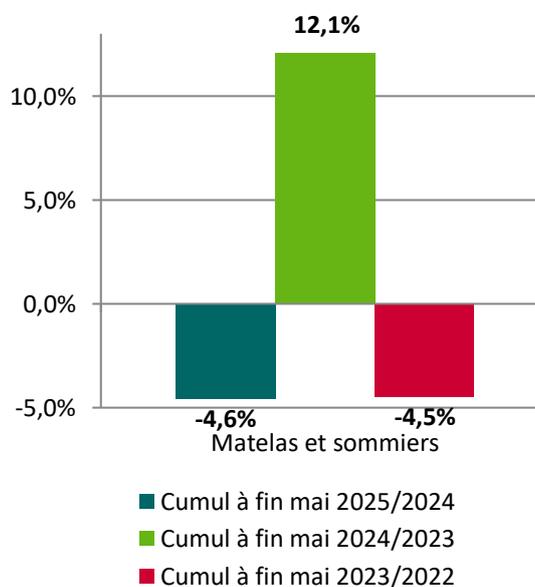
Sur les cinq premiers mois de l'année, l'activité de production des meubles de bureau et de magasin recule de presque 9%, un recul similaire à celui des cinq premiers mois de l'année 2024, soit un résultat de mauvais augure pour la fin de l'exercice sachant que le précédent s'était terminé sur un recul de presque 8,5% avec des temps de passage similaires au mois de mai. Sur les deux dernières années, entre 2024 et 2022, l'activité aura reculé déjà de 13% alors que les industriels nationaux peinent à trouver des débouchés à l'international et que leurs exportations hors de l'Hexagone recule d'un peu plus de 10% sur les quatre premiers mois de l'année selon les données des douanes.

### La literie

Après une année en croissance à plus de 5% en 2024, résultat dans lequel de nombreux industriels peinent toutefois à se retrouver, la literie rentre dans le rang sur les premiers mois de l'année. Si lors de notre note trimestrielle, les données de l'Insee faisaient état d'un démarrage intéressant sur les deux premiers mois de l'année avec une croissance de l'activité d'un peu plus de 3%, les résultats chutent lourdement sur les mois suivants pour ramener le cumul des cinq premiers mois à -4,6%. Ce recul de production apparaît toutefois logique alors que la consommation de matelas et sommiers recule dans des proportions équivalentes sur les premiers mois de l'année. On notera également un fort recul des exportations de l'ordre de 10% sur la période de janvier à avril.



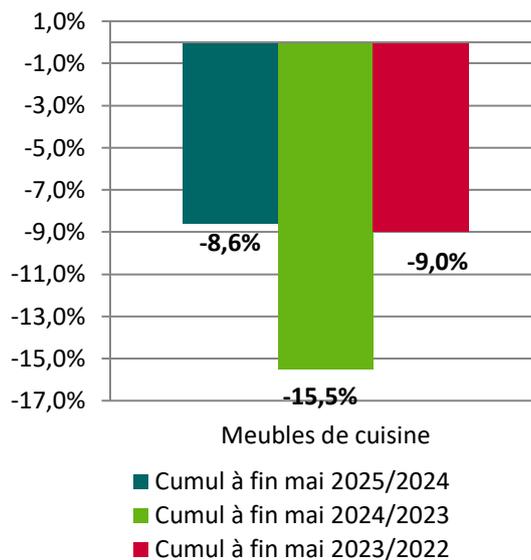
Source: INSEE  
Indice de la production industrielle



Source: INSEE  
Indice de la production industrielle

**La cuisine**

Malgré une belle reprise de la consommation chez les spécialistes cuisine, la croissance se fait attendre au niveau de l'activité de production avec un cumul en recul de presque 9% sur les cinq premiers mois de l'année. Le décalage qui existe entre prise d'ordre dans les points de vente et mise en œuvre effective de la production de la cuisine peut parfois prendre plusieurs semaines voire plusieurs mois, ce qui peut expliquer cette différence. On notera toutefois que, selon l'Insee, l'activité de production enregistre une progression en mai (+3%), la première depuis août 2023 et qui espérons le marquera le début d'une longue série.



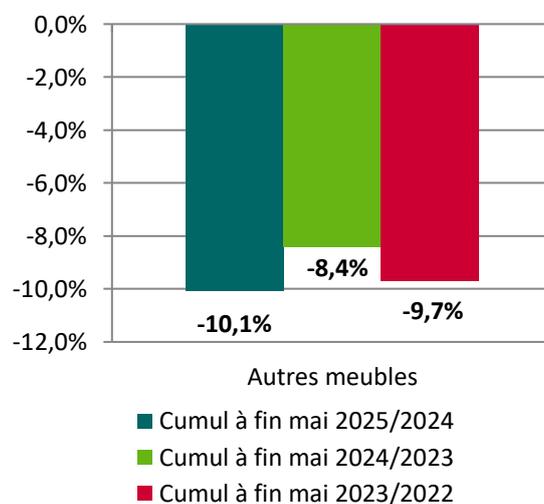
Meubles de cuisine

■ Cumul à fin mai 2025/2024  
 ■ Cumul à fin mai 2024/2023  
 ■ Cumul à fin mai 2023/2022

Source: INSEE  
 Indice de la production industrielle

**Les autres produits meubles**

Le segment « autres meubles » qui regroupe une part importante de l'industrie du meuble avec toute l'activité meublant, les sièges rembourrés et non rembourrés etc... est malheureusement celui qui recule le plus rapidement sur les cinq premiers mois de l'année avec une contraction de son activité de 10% selon les dernières données de l'Insee. Avec la cuisine, c'est l'un des segments dont l'activité a le plus reculé ces dernières années. L'Insee fait ainsi état d'une production en rempli de 20% sur les deux dernières années entre 2022 et 2024 et qui pourrait encore se poursuivre en 2025 au vu des résultats des premiers mois de l'année. Nul doute que cette situation aura comme conséquence une consolidation des acteurs.



Autres meubles

■ Cumul à fin mai 2025/2024  
 ■ Cumul à fin mai 2024/2023  
 ■ Cumul à fin mai 2023/2022

Source: INSEE  
 Indice de la production industrielle

Avec tous ses segments en recul sur les cinq premiers mois de l'année, c'est donc logiquement que l'activité de production des industriels du meuble se contracte assez fortement sur la période avec un recul de 8,6%, dans la lignée de l'exercice précédent, clôturé à -8,3%. Si l'on regarde les résultats des autres pays européens diffusés par Eurostat, ce résultat place la France dans la fourchette basse par rapport à ses voisins européens. Les industriels belges voient leur activité reculer de 5,8% alors que l'Allemagne demeure à la peine avec un recul d'encore 4,2% sur les cinq premiers mois de l'année et que les Pays-Bas enregistrent une contraction de 3% de leur production. Résultats également en baisse pour les pays nordiques avec -2,6% pour la Norvège et -2,8% pour la Suède par exemple. On notera toutefois de bons résultats en Espagne avec une croissance de la production de 1,8%, belle performance également pour l'Italie avec un +3,3% affiché. De belles progressions aussi pour les pays de l'Est avec +3,1% pour la Pologne, +7,3% pour la Lituanie, +3,1% pour la République tchèque, +13,4% pour la Roumanie. L'industrie européenne du meuble se réorganise sous nos yeux...